

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam kebudayaan, suku, agama, dan terdiri dari beberapa pulau sehingga Indonesia disebut sebagai negara kepulauan. Masing-masing daerah berkembang masing-masing dengan otonomi daerah yang diberikan oleh pemerintah pusat. Penunjang perkembangan daerah tersebut diantaranya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), tersedianya Sumber Daya Alam (SDA), dan letak geografis daerah tersebut. Namun sayangnya tidak semua daerah berkembang beriringan. Banyak daerah-daerah yang masih kurang berkembang dikarenakan beberapa faktor, baik dari kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang bisa memajukan daerahnya dengan memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) yang tersedia, atau kurangnya Sumber Daya Alam (SDA) yang menunjang kehidupan masyarakat di daerah tersebut, atau bisa saja karena letak daerahnya yang terpencil tidak memudahkan akses keluar masuknya distribusi pangan, pendidikan, dan lain-lain sehingga menghambat perkembangan daerah tersebut.

Daerah Jawa Barat adalah salah satu provinsi di Indonesia yang mengalami perkembangan pesat di berbagai aspeknya, baik dalam bidang perkembangan penduduk, pendidikan, ekonomi, kebudayaan, maupun pariwisata semuanya mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Dalam bidang kependudukan, Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Berdasarkan informasi dari situs resmi Provinsi Jawa Barat (<http://www.jabarprov.go.id>, diakses tanggal 01 Maret 2013), menerangkan bahwa menurut data SIAK Provinsi Jawa Barat dengan luas 35.377,76 km² didiami penduduk sebanyak 46.497.175 juta jiwa. Penduduk ini tersebar di 26 kabupaten/kota, 625 kecamatan dan 5.899 desa/kelurahan.

Di bidang pendidikan, Jawa Barat merupakan salah satu pusatnya pendidikan, hal tersebut dapat dilihat dari tersebarnya pusat-pusat pendidikan yang terdapat di berbagai tempat baik kota maupun kabupaten. Universitas-

Shelly Pratiwi, 2013

Desain kemasan cokelat garut (kajian visual estetik pada kemasan chocodot Perusahaan tama chocolate garut)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

universitas, baik negeri maupun swasta yang bermutu tinggi, tersebar di berbagai tempat di daerah Jawa Barat, sehingga banyak masyarakat pendatang dari luar daerah yang berdatangan untuk menimba ilmu.

Di bidang ekonomi, Jawa Barat selama lebih dari tiga dekade telah mengalami perkembangan ekonomi yang pesat. Saat ini peningkatan ekonomi modern ditandai dengan peningkatan pada sektor manufaktur dan jasa. Di samping perkembangan sosial dan infrastruktur, sektor manufaktur terhitung terbesar dalam memberikan kontribusinya melalui investasi, hampir tigaperempat dari industri-industri manufaktur non-minyak berpusat di sekitar Jawa Barat.

Di bidang kesenian dan kebudayaan, Jawa Barat memiliki beragam kebudayaan yang dihasilkan dari bermacam-macam kota dan kabupatennya, baik itu dalam bidang seni tari, seni rupa, seni musik dan adat istiadatnya. Bahkan beberapa keseniannya telah sampai ke luar negeri dan disukai oleh warga asing yang diantaranya Pencak silat, Jaipong, Wayang Golek, Angklung, dan lain-lain.

Di bidang pariwisata, Provinsi Jawa Barat memiliki berbagai tempat pariwisata yang tersebar di berbagai tempat. Tempat tersebut terbagi menjadi dua macam yaitu tempat wisata alam dan tempat wisata non alam yang cukup beragam dan sangat diminati baik oleh warga asli Jawa Barat, warga luar Jawa Barat, dan bahkan oleh warga asing.

Salah satu daerah di Jawa Barat yang terkenal dengan tempat pariwisatanya adalah Kabupaten Garut. Kabupaten Garut adalah salah satu kabupaten di provinsi Jawa Barat yang beribukotakan Tarogong Kidul. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Sumedang di utara, Kabupaten Tasikmalaya di timur, Samudera Hindia di selatan, serta Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Bandung di barat. Kabupaten yang secara geografis berdekatan dengan kota Bandung sebagai ibukota Provinsi Jawa Barat ini, merupakan daerah penyangga dan daerah pedalaman (*hinterland*) bagi pengembangan wilayah Bandung Raya. Oleh karena itu, kabupaten ini mempunyai kedudukan strategis dalam memasok kebutuhan warga Kota dan Kabupaten Bandung, sekaligus berperan di dalam pengendalian keseimbangan lingkungan.

Tempat pariwisata di Kabupaten Garut hampir 90% merupakan tempat pariwisata alam. Hal tersebut didukung karena sumber daya alamnya yang cukup melimpah. Segala sesuatu yang berasal dari kabupaten ini baik makanan, barang, tempat wisata, tempat kuliner semuanya berasal dan disesuaikan dengan daerah tersebut. Dikarenakan dengan ciri khas pariwisata daerah ini bercirikan kembali ke alam atau *mulih ka desa*, mengundang wisatawan domestik maupun asing untuk datang kesana khususnya wisatawan yang jarang menikmati suasana alam pedesaan yang disajikan di daerah ini. Hal tersebut sesuai dengan salah satu misi Kabupaten Garut, yaitu mengembangkan ekonomi kerakyatan berbasis agrobisnis, agroindustri dan pariwisata yang disertai pengembangan budaya lokal (<http://www.garutkab.go.id>, diakses tanggal 01 Maret 2013).

Perkembangan pariwisata di kabupaten ini tidak terlepas dari perkembangan *souvenir* dan oleh-oleh khas dari daerah tersebut, bahkan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk datang kesana. Salah satu produk khas dari para pengrajin Garut yang terdaftar dalam *website* resmi pariwisatanya (<http://pariwisata.garutkab.go.id>), yaitu jaket kulit, batik tulis garutan, kulit tersamak, minyak akar wangi, boboko samarang, dan batu hias bungbulang. Sedangkan untuk makanan khas dari kabupaten ini di antaranya dodol Garut, ladu Malangbong, kerupuk kulit, pindang ikan, sambal cibiuk, es goyobod, jeruk garut, wajit, dan satu lagi yang menjadi makanan khas baru dari Garut dan menjadi oleh-oleh utama para wisatawan yaitu cokelat Garut.

Cokelat Garut merupakan coklat berisi dodol Garut hasil kreasi perusahaan Tama *Chocolate* Garut yang diberi nama Chocodot (Cokelat isi Dodol Garut). Seiring dengan bertambahnya usia perusahaan, banyak dihasilkan cokelat-cokelat dengan *variant* baru yang memberikan sensasi rasa cokelat berbeda dengan cokelat produksi perusahaan lainnya. Pengolahan cokelat pun tidak terpaku pada pencampuran antara cokelat dan dodol saja, tetapi perusahaan ini berani mencampurkan bahan-bahan lainnya yang tidak biasa dicampurkan dengan cokelat pada umumnya, seperti memadukan cokelat dengan rempah-rempah, abon, cabe, minuman tradisional, beragam jenis teh, dan sebagainya. Selain rasa, perusahaan terus mengembangkan inovasi-inovasinya pada kemasan cokelat yang

disesuaikan dengan perkembangan keadaan masyarakat, sehingga menarik para konsumen untuk membeli.

Berbicara mengenai kemasan, tentunya tidak lepas dari masalah daya tarik desain kemasan terhadap konsumen. Desain kemasan dapat berungsi dengan baik apabila desain tersebut memiliki daya tarik bagi konsumen untuk membelinya. Sebuah produk yang bagus pun akan terlihat buruk di mata konsumen apabila pengemasannya tidak memberikan kesan yang baik pada produknya. Maka, di sini desain produk memiliki peranan penting pada daya beli konsumen.

Menurut penyelidikan para ahli, dari seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80 persen adalah penginderaan yang dilakukan melalui penglihatan kasat mata. Dengan begitu unsur-unsur grafis dari kemasan adalah warna, merk, ilustrasi, huruf, tata letak, merupakan unsur visual yang memegang porsi terbesar dalam penyampaian pesan kemasan secara kasat mata (*optical communication*).

Hal tersebut dapat terbukti dengan keberhasilan pemasaran Chocodot milik perusahaan Tama *Chocolate*. Desain kemasannya sangat diperhatikan sehingga dapat memberikan identitas bagi produknya dan diterima oleh masyarakat sehingga menjadi salah satu oleh-oleh khas Garut yang sangat diminati oleh wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Dengan ciri kemasan yang cukup berkelas dan disesuaikan dengan keadaan perkembangan masyarakat dan potensi alam yang ada. Dengan penjelasan tersebut menarik perhatian penulis untuk meneliti lebih dalam mengenai kemasan produk Chocodot, karena produk tersebut unggul dalam pemasaran melalui kemasan yang cukup menarik perhatian wisatawan sehingga omsetnya terus meningkat tahun demi tahun.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai produk ini. Muhammad Faizal Fikri salah satu mahasiswa UNIKOM pada tahun 2011 meneliti produk Chocodot yang berfokuskan pada “Perancangan Identitas Visual Perusahaan Tama *Chocolate*” di mana penelitian ini didasari pada realita perusahaan Tama *Chocolate* yang baru berdiri, dihadapkan dengan adanya produk kompetitor Chocodot yaitu Choco.Dol (sebelumnya Chocodol) hasil produksi dari perusahaan Picnic Garut yang sudah lama berdiri. Hasil yang didapat pada penelitian ini yaitu tidak konsistennya penempatan identitas produk sehingga perlu dilakukan

perbaikan pada identitas visual Tama *Chocolate* untuk meningkatkan citra perusahaan dan tidak terjadi kebingungan di masyarakat khususnya di benak konsumen. Pada tahun yang sama, pemasaran produk ini pun diteliti oleh Ryan Hermawan salah satu mahasiswa UNIKOM. Tidak berbeda jauh dengan penelitian Muhammad, penelitian ini didasarkan pada adanya produk kompetitor sehingga bagaimana cara perusahaan Tama *Chocolate* dalam memasarkan produknya agar dapat diterima masyarakat dan tetap menjadi produk unggulan.

Mengenai produk Chocodot, penulis sangat tertarik untuk meneliti visualisasi kemasan produk Chocodot khususnya cokelat Chocodot edisi cokelat *Up to date*. Cokelat ini selain memiliki rasa yang enak juga memiliki desain kemasan unik, yang terletak pada nama produk yang bernada humor yang diambil dari keadaan masyarakat yang sedang *trend* atau *hot news*.

B. Rumusan Masalah

Penulis dalam penelitian ini akan membatasi penelitian hanya mengkaji visual estetika pada kemasan Chocodot versi cokelat *Up to date* produksi perusahaan Tama *Chocolate* dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tipografi yang digunakan pada kemasan Chocodot edisi cokelat *Up to date*?
2. Bagaimana gaya atau perwujudan gambar ilustrasi yang terdapat pada kemasan Chocodot edisi cokelat *Up to date*?
3. Bagaimana komposisi dari bentuk desain kemasan Chocodot edisi cokelat *Up to date*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini diantaranya:

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan tipografi yang digunakan pada kemasan Chocodot edisi cokelat *Up to date*.
2. Memperoleh gambaran dan mendeskripsikan tentang gaya atau perwujudan gambar ilustrasi yang terdapat pada kemasan Chocodot edisi cokelat *Up to date*.

3. Menganalisis komposisi dan mendeskripsikan dari bentuk desain kemasan Chocodot edisi cokelat *Up to date*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi orang lain baik mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia, Jurusan Pendidikan Seni Rupa, dan pihak lain yang ingin belajar dan ingin mengetahui lebih lanjut mengenai desain kemasan.

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai hal-hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan desain kemasan suatu produk, khususnya visual estetik desain kemasan baik ilustrasi, tipografi, dan komposisi, serta menambah kemampuan menganalisis karya dan diharapkan dapat menunjang kompetensi serta profesi di masa yang akan datang.
2. Bagi jurusan pendidikan seni rupa, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dan juga dapat menjadi referensi ataupun pembandingan untuk penelitian yang serupa.
3. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kemasan yang telah dibuat dan diharapkan dapat memberikan stimulus untuk selalu meningkatkan kualitas dalam berkarya.

E. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari adanya kesalahan dan perbedaan persepsi dalam memahami judul, maka penulis akan menjelaskan makna dari istilah yang digunakan.

1. Kajian Visual

Menurut kamus Bahasa Indonesia kajian adalah hasil mengkaji. Kajian berasal dari kata studi yaitu kajian atau telaahan dan visual adalah dapat dilihat dengan indra penglihat (mata). Jadi kajian visual adalah studi mengenai sesuatu yang dapat dilihat langsung dengan mata baik dengan cara mengamati maupun

menggambarkan. Konteks kajian visual dalam penelitian ini adalah sesuatu yang dilihat langsung oleh mata dalam kemasan Chocodot edisi coklat *Up to date* yaitu mengenai huruf tipografi, ilustrasi beserta elemen pendukung, dan komposisi/*layout*.

2. Estetika

Pengertian estetika dalam kamus Bahasa Indonesia adalah “Cabang filsafat yang menelaah dan membahas tentang seni dan keindahan serta tanggapan manusia terhadapnya; kepekaan terhadap seni dan nilai keindahan”. Sebagaimana dikutip oleh Nugraha dalam skripsinya (2007:65), menurut Kattsoff “Estetika adalah segala sesuatu dan kajian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan seni” dan menurut Jerome dalam sumber yang sama, bahwa “Estetika merupakan kajian filsafat keindahan dan juga keburukan”. Maka, konteks estetika dalam penelitian ini adalah membahas mengenai kelebihan ataupun kekurangan dari desain kemasan Chocodot edisi coklat *Up to date*.

3. Desain

Sachari (2005:7) mengemukakan bahwa “Desain pada hakikatnya merupakan upaya manusia memberdayakan diri melalui benda ciptaannya untuk menjalani kehidupan yang lebih aman dan sejahtera”. Sedangkan dalam *The American College Dictionary* (Sachari, 2005:7), desain adalah:

- a. menyiapkan rencana pendahuluan; perencanaan,
- b. membentuk atau memikirkan sesuatu di dalam benak kita; merancang “rencana”,
- c. menetapkan dalam pikiran; tujuan; maksud,
- d. garis besar, sketsa; rencana, seperti dalam kegiatan seni, bangunan, gagasan tentang mesin yang akan diwujudkan,
- e. merencanakan dan memberi sentuhan artistik yang dikerjakan dengan kepakaran yang tinggi,
- f. berbagai detil gambar, bangunan; wahana lainnya untuk pekerjaan artistik,
- g. merupakan pekerjaan artistik.

Konteks desain yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu konsep yang diusung Perusahaan Tama *Chocolate* dalam pembuatan kemasan Chocodot edisi coklat *Up to date*.

4. Kemasan

Kemasan sering disamakan artinya dengan pengemasan. Pada dasarnya kemasan dengan pengemasan adalah sesuatu yang berbeda. Menurut Danger (1992:3), pengemasan adalah mencakup keseluruhan konsep termasuk kemasan langsung, bagian luar, pembungkus, dan lain-lainnya, dan bagian keseluruhannya berperan dalam pemasaran dan pemajangan. Sedangkan kemasan adalah suatu wadah atau bungkus, hasil dari konsep pengemasan. Konteks kemasan dalam penelitian ini adalah kemasan coklat Chocodot khususnya coklat Chocodot edisi coklat *Up to date*.

5. Chocodot Edisi Cokelat *Up to Date*

Chocodot edisi coklat *Up to date* adalah coklat dengan desain yang unik dan nama merek yang bernada humor. Nama merek tersebut diambil dari keadaan masyarakat yang sedang *trend* atau *hot news*. Tidak hanya terdapat pada nama, namun kata-kata unik juga tertera pada komposisi dari coklat tersebut. Salah satunya yaitu tulisan fakta nutrisi yang biasanya tertera informasi mengenai jumlah kalori maupun kandungan lemak coklat, pada kemasan Chocodot edisi ini tulisan tersebut diganti dengan kata-kata lucu dan nakal yang memutarbalikkan fakta dari kandungan coklat sebenarnya dengan tujuan persuasif.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat berdasarkan pengelompokan pokok-pokok pikiran yang tercantum dalam bab-bab sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan di dalamnya membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II. KAJIAN TEORETIS

Bab kajian teoritis di dalamnya membahas mengenai deskripsi teori dan kerangka teori. Deskripsi teori yaitu teori-teori yang bersangkutan mengenai judul penelitian. Kerangka berpikir yaitu kesimpulan peneliti mengenai teori-teori yang telah dibahas sebelumnya.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab metodologi penelitian di dalamnya membahas mengenai subjek penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN

Bab hasil penelitian di dalamnya dibahas mengenai deskripsi data penelitian yaitu mengenai cokelat Chocodot, analisis data penelitian yang berupa kemasan Chocodot, dan pembahasan hasil penelitian mengenai kemasan Chocodot yaitu tentang tipografi, ilustrasi, dan komposisi/*layout*.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini di dalamnya terdapat kesimpulan dan saran. Kesimpulan di sini yaitu kesimpulan dari teori-teori dan hasil penelitian. Saran yaitu masukan-masukan yang berdasarkan hasil penelitian.

